

## КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПАО «ФИКС ПРАЙС» ЗА 12 МЕСЯЦЕВ 2025 ГОДА

Выручка

**313,3**  
млрд руб.

Чистые  
открытия

**701**  
магазин

Валовая маржа

**31,7%**

ЕБИТДА маржа

**12,4%**

Чистая прибыль

**11,2**  
млрд руб.

Чистый долг /  
ЕБИТДА

по МСФО (IAS) 17

**0,1x**

# ПАО «ФИКС ПРАЙС» ОБЪЯВЛЯЕТ КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 4 КВАРТАЛ И 12 МЕСЯЦЕВ 2025 ГОДА

## Планомерное развитие сети при сохранении финансовой устойчивости

**3 марта 2026 года, Москва, Россия** – ПАО «Фикс Прайс» (МОЕХ: FIXR, «Fix Price», «Компания» или «Группа»), одна из крупнейших в мире и ведущая в России сеть магазинов низких фиксированных цен, объявляет операционные и финансовые результаты по МСФО на основании управленческой отчетности за 4 квартал 2025 года и аудированные финансовые результаты по МСФО за 12 месяцев 2025 года, закончившиеся 31 декабря 2025 года.

### ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 4 КВАРТАЛ 2025 ГОДА

- В 4 квартале 2025 года выручка Компании выросла на 2,6% г/г и составила 85,5 млрд рублей
  - Розничная выручка выросла на 5,1% г/г до 75,9 млрд рублей
  - Оптовая выручка составила 9,6 млрд рублей
- В отчетном квартале LFL средний чек<sup>1</sup> увеличился на 3,3%. Такая динамика обусловлена инициативами по улучшению ассортимента и развитию программы лояльности, а также успешным вводом в ассортимент азиатской еды, который поспособствовал росту LFL продаж в продовольственной категории на 11,3%. При этом Компания сдерживала рост стоимости товаров в своих магазинах, обеспечивая покупателям доступ к полезным и качественным товарам по самым низким ценам в условиях повышенных инфляционных ожиданий. Увеличение среднего чека позволило частично нивелировать сокращение LFL трафика на 4,5%, при том, что в целом LFL продажи Компании снизились на 1,3%
- Компания увеличила сеть на 251 магазин (чистые открытия), при этом количество магазинов под управлением Компании увеличилось на 215, а количество франчайзинговых магазинов – на 36. На 31 декабря 2025 года общее количество магазинов Компании достигло 7 818 (+9,8% г/г)

<sup>1</sup> Здесь и далее сопоставимые (LFL) продажи, средний чек и количество чеков рассчитываются на основании результатов работы магазинов под управлением Fix Price, которые проработали в течение как минимум 12 полных календарных месяцев, предшествующих отчетной дате. LFL продажи и средний чек рассчитаны на основании розничных продаж с учетом НДС. Показатели LFL не учитывают магазины, которые были временно закрыты в течение семи и более дней подряд за отчетный и/или сопоставимый периоды

- В 4 квартале 2025 года общая торговая площадь увеличилась на 54 748 кв. м и к концу года достигла 1 691 600 кв. м
- Количество зарегистрированных участников программы лояльности<sup>2</sup> в 4 квартале 2025 года увеличилось на 1,0 млн человек и на 31 декабря 2025 года составило 32,9 млн человек (+14,5% г/г). Доля покупок с картой лояльности выросла до 73,9% по сравнению с 60,9% за аналогичный период годом ранее, что свидетельствует об эффективности таргетированных рекламных кампаний и специальных предложений для участников программы лояльности. Кроме того, средний чек по покупкам, совершенным с картой лояльности, составил 507 рублей, что почти вдвое выше среднего чека покупателей, не использующих карту (259 рублей)
- В 4 квартале 2025 года валовая прибыль увеличилась на 2,1% г/г до 27,8 млрд рублей. Валовая маржа практически не изменилась по сравнению с аналогичным периодом годом ранее и составила 32,5%. Положительное воздействие, связанное с обновлением ассортимента, было нивелировано незначительным повышением транспортных расходов и величины списания запасов
- Отношение коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (SG&A) без учета расходов на LTIP<sup>3</sup> и износ и амортизацию (D&A) к выручке увеличилось до 18,1% на фоне увеличения расходов на персонал и рекламу, а также расходов на коммунальные услуги. Влияние этих факторов было частично нивелировано снижением расходов на охрану и аренду
- Скорр. EBITDA<sup>4</sup> по МСФО (IFRS) 16 составила 12,5 млрд рублей, а рентабельность по скорр. EBITDA – 14,6%
- EBITDA по МСФО (IFRS) 16 составила 12,5 млрд рублей, а рентабельность по EBITDA – 14,6%
- EBITDA по МСФО (IAS) 17 составила 8,3 млрд рублей, а рентабельность по EBITDA по МСФО (IAS) 17 – 9,7%
- На долю ПАО «Фикс Прайс» в 4 квартале 2025 года пришлось 93% консолидированной EBITDA Группы Fix Price Group PLC по МСФО (IAS) 17
- Чистая прибыль за отчетный период составила 4,8 млрд рублей, а рентабельность по чистой прибыли – 5,6%
- Отношение чистого долга к EBITDA по МСФО (IAS) 17 улучшилось и составило 0,1х по сравнению с 0,4х на 31 декабря 2024 года
- Капитальные затраты в 4 квартале 2025 года снизились до 3,0 млрд рублей (3,6% от выручки) по сравнению с 4,0 млрд рублей за аналогичный период годом ранее в связи с более высокими инвестициями в строительство нового распределительного центра в Казани в 4 квартале 2024 года

<sup>2</sup> Здесь и далее все данные по программе лояльности рассчитаны для магазинов Fix Price, работающих в России, если не указано иное

<sup>3</sup> Расходы на LTIP – расходы в рамках программы долгосрочной мотивации (от англ. long-term incentive programme)

<sup>4</sup> Показатель EBITDA, скорректированный на расходы на LTIP. EBITDA рассчитывается как прибыль за определенный период до вычета расходов по налогу на прибыль, чистых процентных доходов / (расходов), расходов на износ и амортизацию, а также прибыли / (убытков) от курсовых разниц

## ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 12 МЕСЯЦЕВ 2025 ГОДА

- Выручка Компании выросла на 4,3% г/г и достигла 313,3 млрд рублей
  - Розничная выручка выросла на 8,2% г/г до 275,7 млрд рублей
  - Оптовая выручка составила 37,6 млрд рублей
- В 2025 году LFL продажи ПАО «Фикс Прайс» выросли на 0,6% г/г<sup>5</sup> с учетом эффекта високосного года (на 0,3% г/г без учета этого эффекта), что обусловлено ростом LFL среднего чека на 4,9% г/г. Основным драйвером роста LFL продаж стали продукты питания, продажи которых увеличились на 13,3% г/г на фоне ввода в ассортимент востребованных новинок, включая популярную азиатскую еду
- За 2025 год Компания увеличила сеть на 701 магазин, полностью выполнив свой план по чистым открытиям. При этом количество магазинов под управлением Компании увеличилось на 593, а количество франчайзинговых магазинов – на 108. В результате этого на конец года общее количество магазинов Компании достигло 7 818
- На 31 декабря 2025 года общая торговая площадь магазинов Компании достигла 1 691 600 кв. м, увеличившись на 152 162 кв. м по сравнению с 2024 годом
- За 2025 год общее количество зарегистрированных участников программы лояльности увеличилось на 4,2 млн и достигло 32,9 млн человек. Доля покупок с использованием карты лояльности составила 71,1% от общего объема розничных продаж сети, увеличившись на 10,6 п.п. г/г
- Валовая прибыль увеличилась на 4,9% г/г до 99,4 млрд рублей. Валовая маржа выросла на 16 б.п. г/г и составила 31,7%
- В отчетном периоде отношение SG&A расходов (без учета расходов на LTIP и D&A) к выручке составило 19,5%
- Скорр. EBITDA по МСФО (IFRS) 16 составила 38,9 млрд рублей, а рентабельность по скорр. EBITDA – 12,4%
- EBITDA по МСФО (IFRS) 16 составила 38,8 млрд рублей, а рентабельность по EBITDA – 12,4%
- EBITDA по МСФО (IAS) 17 составила 23,2 млрд рублей, а рентабельность по EBITDA по МСФО (IAS) 17 – 7,4%
- На долю ПАО «Фикс Прайс» в 2025 году пришлось 84% консолидированной EBITDA Группы Fix Price Group PLC по МСФО (IAS) 17, что выгодно соотносится с примененным коэффициентом обмена глобальных депозитарных расписок (ГДР) на акции, в рамках

<sup>5</sup> LFL продажи рассчитаны с учетом корректировки на один дополнительный рабочий день ввиду того, что 2024 год был високосным

которого доля ПАО «Фикс Прайс» в Fix Price Group PLC оценивалась в 74%

- Чистая прибыль за отчетный период составила 11,2 млрд рублей при рентабельности по чистой прибыли на уровне 3,6%
- В 2025 году капитальные затраты увеличились до 10,1 млрд рублей (3,2% от выручки) по сравнению с 8,3 млрд рублей (2,8% от выручки) в 2024 году, что в основном связано с инвестициями в строительство нового распределительного центра в Казани, открытием новых магазинов и обновлением существующих

## **ДИВИДЕНДЫ**

- Основываясь на финансовых результатах по МСФО за 2025 год, Компания ожидает, что после утверждения бухгалтерской отчетности по РСБУ за 1 квартал 2026 года ее Совет директоров вынесет на рассмотрение внеочередного Общего собрания акционеров предложение об объявлении дивидендов в совокупном размере до 11 млрд рублей, или 11 копеек на одну акцию (до вычета применимых налогов). Дополнительная информация будет объявлена в установленном порядке до конца апреля 2026 года

## КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ 4 КВАРТАЛА 2025 ГОДА

- 28 августа 2025 года ПАО «Фикс Прайс» сообщило о запуске выкупа акций («Программа»), проводимого своим дочерним обществом ООО «Бэст Прайс» («Покупатель») на Московской Бирже в общем объеме не более 1% уставного капитала ПАО «Фикс Прайс», что эквивалентно 1 миллиарду акций.

Акции на открытом рынке могли приобретаться в течение шести месяцев начиная с 1 сентября 2025 года, при условии что действие Программы не было продлено или прекращено раньше по решению Покупателя. Приобретенные ценные бумаги могут быть использованы Покупателем, среди прочего, в рамках программы долгосрочной мотивации сотрудников.

Последние сделки по приобретению акций состоялись на неделе, завершившейся 26 декабря 2025 года. За все время действия Программы ООО «Бэст Прайс» приобрело 300 млн акций ПАО «Фикс Прайс»

- 11 ноября 2025 года Компания [открыла](#) новый распределительный центр в Татарстане со складской площадью 40 тыс. кв. м. Инвестиции в проект составили около 4 млрд рублей. Распределительный центр обслуживает магазины в 11 регионах присутствия и призван повысить эффективность логистики Компании. Распределительный центр был построен по принципу гибкой модели BTS (built-to-suit).

## СОБЫТИЯ, ПРОИЗОШЕДШИЕ ПОСЛЕ ОТЧЕТНОЙ ДАТЫ

- 18 декабря 2025 года Совет директоров ПАО «Фикс Прайс» принял решение о вынесении на рассмотрение внеочередного Общего собрания акционеров вопроса о консолидации акций Компании ([пресс-релиз о консолидации акций](#)).

21 января 2026 года Общее собрание акционеров [приняло решение](#) о консолидации акций Компании. В рамках консолидации 1 000 акций номинальной стоимостью 0,001 руб. будут конвертированы в 1 акцию номинальной стоимостью 1 руб. ([пресс-релиз о результатах голосования](#)). В результате консолидации номинальная стоимость акций увеличится, а их общее количество пропорционально сократится. Консолидация не изменит размер уставного капитала Компании, совокупную номинальную стоимость всех акций, принадлежащих акционерам, и доли акционеров в уставном капитале Компании.

Точная дата проведения консолидации будет объявлена позднее в надлежащем порядке

По итогам 2025 года Fix Price продемонстрировал устойчивость бизнес-модели и способность продолжать развитие даже в условиях сохраняющейся макроэкономической волатильности и вызовов в ритейле. За год мы открыли 701 магазин, увеличив сеть до 7 818 магазинов, а также расширили географию доставки, начав работу на Крайнем Севере и Дальнем Востоке. Уверенный темп экспансии отражает высокий потенциал нашего формата и интерес со стороны покупателей в различных регионах страны. По данным информационно-аналитического агентства INFOline, доля Fix Price на рынке фиксированных цен в России в 2025 году выросла на 2 п.п. до 92%, что подтверждает наше лидерство в этом формате.

Эффективное управление ассортиментом и ценностным предложением остается в фокусе нашего внимания. За прошедший год индекс удовлетворенности (NPS) посетителей сети вырос на 5 п.п. до 70%, что значительно выше среднего уровня по отрасли. Мы продолжаем усиливать позиции в наиболее востребованных категориях, включая продукты питания, которые обеспечили основной вклад в рост продаж в IV квартале. Особым спросом пользуются трендовые азиатские товары – бестселлеры, которые мы привозим одними из первых и предлагаем по выгодным ценам. При этом высокие инфляционные ожидания продолжали сдерживать спрос на недорогие непродовольственные категории. В этих условиях мы уделяли особое внимание сдерживанию роста стоимости товаров на полках, чтобы покупатели могли и дальше приобретать полезные и качественные товары по максимально выгодным ценам. Программа лояльности остается эффективным инструментом привлечения покупателей – к концу 2025 года количество участников в России выросло на 14% до 33 млн человек, в том числе за счет расширения привилегий для родителей с детьми и подростков.

В условиях сохраняющегося дефицита линейного персонала мы продолжаем системную работу по повышению операционной эффективности, уделяя приоритетное внимание оптимизации процессов в логистике и магазинах. Летом мы завершили внедрение системы видеоаналитики по всей сети, что позволило вдвое сократить количество отклонений от операционных стандартов в магазинах. Ежедневно система проверяет свыше 60 тыс. изображений, что позволяет контролировать выкладку товаров и состояние торгового зала без дополнительной нагрузки на персонал. Параллельно с внедрением внешних решений мы развиваем собственные продукты. Среди них – мобильное приложение FixMark, которое автоматизирует маркировку и отслеживание товарных коробок, позволяя кратко сократить цикл поставки и повысить точность отгрузок. В отчетном периоде мы также открыли новый распределительный центр в Татарстане со складской площадью 40 тыс. кв. м и вместимостью 60 тыс. палетомест с целью поддержания экспансии и продаж в Приволжском и Центральном федеральных округах.

Вопреки рыночным вызовам, наше финансовое положение стало еще более устойчивым – по итогам года отношение чистого долга к EBITDA по МСФО (IAS) 17 снизилось до 0,1х. Сильный денежный поток и жесткая финансовая дисциплина позволяют нам финансировать инвестиционную программу за счет собственных средств и формируют основу для будущих дивидендных выплат. За 2025 год Компания заработала 11,2 млрд рублей чистой прибыли, и мы ожидаем, что до 11 млрд рублей или 11 копеек на акцию может быть направлено на дивиденды. Данный уровень значительно превышает ориентир, закрепленный в нашей дивидендной политике, согласно которой Компания будет стремиться направлять на дивиденды не менее 50% от чистой прибыли по МСФО.

В прошедшем году мы реализовали ряд стратегических инициатив, направленных на защиту прав российских инвесторов, а также повышение ликвидности и привлекательности акций ПАО «Фикс Прайс». Летом мы провели обмен ГДР Fix Price Group PLC на акции ПАО «Фикс Прайс» и запустили торги акциями ПАО «Фикс Прайс» в первом котировальном списке, которые позднее вошли в состав сразу трех индексов Московской Биржи. На фоне сохраняющейся недооцененности акций мы запустили программу обратного выкупа, в рамках которой уже приобретено 300 млн акций – часть из них будет направлена на реализацию долгосрочной программы мотивации сотрудников, при этом free float наших акций превышает 16% уставного капитала. Кроме того, мы подтверждаем планы

---

*по консолидации акций, направленной на повышение удобства обращения и расширение базы инвесторов.*

*В заключение хочу поблагодарить всю команду Fix Price за профессионализм и вклад в развитие Компании. Благодаря вашей работе мы продолжаем обеспечивать миллионы покупателей качественными товарами по доступным ценам и создаем прочную основу для дальнейшего устойчивого роста и повышения акционерной стоимости.*

***Владимир Погонин, Генеральный директор ПАО «Фикс Прайс»***

---

## Количество магазинов, географический охват и торговая площадь

	31.12.2025	31.12.2024	31.12.2023
<b>Общее количество магазинов</b>	<b>7 818</b>	<b>7 117</b>	<b>6 368</b>
Россия	6 999	6 400	5 756
Казахстан	392	337	280
Беларусь	375	335	292
Узбекистан	27	24	22
Грузия	9	6	7
Кыргызстан	6	6	6
Армения	7	5	2
Монголия	3	4	3
<b>Количество магазинов под управлением Компании</b>	<b>6 391</b>	<b>5 798</b>	<b>5 111</b>
Россия	6 391	5 798	5 111
<b>Количество франчайзинговых магазинов</b>	<b>1 427</b>	<b>1 319</b>	<b>1 257</b>
Россия	608	602	645
Казахстан	392	337	280
Беларусь	375	335	292
Узбекистан	27	24	22
Грузия	9	6	7
Кыргызстан	6	6	6
Армения	7	5	2
Монголия	3	4	3
<b>Торговая площадь (кв. м)</b>	<b>1 691 600</b>	<b>1 539 438</b>	<b>1 380 364</b>
Магазины под управлением Компании	1 372 564	1 244 818	1 098 415
Франчайзинговые магазины	319 036	294 619	281 949

## Динамика магазинов под управлением Компании

	4КВ 2025	4КВ 2024	12М 2025	12М 2024
Общее количество открытых магазинов	240	273	742	812
Количество закрытых магазинов	25	15	149	125
<b>Чистый прирост количества магазинов</b>	<b>215</b>	<b>258</b>	<b>593</b>	<b>687</b>

## ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

### Расширение сети магазинов

- На 31 декабря 2025 года общее количество магазинов ПАО «Фикс Прайс» достигло 7 818, увеличившись на 9,8% г/г. Доля магазинов под управлением Компании увеличилась на 28 б.п. г/г и составила 81,7% от общего количества магазинов сети
- В 4 квартале 2025 года общее количество чистых открытий составило 251 магазин (количество магазинов под управлением Компании увеличилось на 215, а количество франчайзинговых магазинов – на 36) по сравнению с 271 магазином в 4 квартале 2024 года (количество магазинов под управлением Компании увеличилось на 258, а количество франчайзинговых магазинов – на 13)
- В 4 квартале 2025 года наибольшее число чистых открытий пришлось на основные рынки Компании:
  - Россия – 88,0% (221 магазин)
  - Казахстан – 5,2% (13 магазинов)
  - Беларусь – 5,2% (13 магазинов)
- В отчетном квартале общая торговая площадь увеличилась на 54 748 кв. м (+9,9% г/г) и достигла 1 691 600 кв. м. Средняя торговая площадь магазина Fix Price в 4 квартале 2025 года составила 216 кв. м
- В 4 квартале 2025 года Компания начала работу в 28 новых населенных пунктах. По состоянию на 31 декабря 2025 года магазины Компании были представлены в 8 странах

### Динамика LFL продаж

- В 4 квартале 2025 года LFL продажи снизились на 1,3%. Наиболее сложной ситуация была в непродовольственном сегменте, чему в основном способствовали сдержанные потребительские настроения, обусловленные высокими инфляционными ожиданиями, а также усиление конкуренции. При этом Компания сдерживала рост стоимости товаров в своих магазинах, стремясь обеспечить всем категориям покупателей возможность приобретать полезные и качественные товары по самым низким ценам. Самой быстрорастущей категорией стали продукты питания, LFL продажи которых выросли на 11,3% благодаря эффективной ротации ассортимента и вводу востребованных новинок, включая популярную линейку азиатских товаров
- В 4 квартале 2025 года LFL средний чек вырос на 3,3% г/г. Такой рост обусловлен эффективным управлением ассортиментом, включая его регулярное обновление и ввод востребованных продуктов питания, а также специальными кампаниями, ориентированными на участников программы лояльности. Благодаря совокупному воздействию этих мер удалось частично компенсировать снижение LFL трафика на 4,5% г/г

## Ассортимент и товарные категории

- В 4 квартале 2025 года продукты питания, спрос на которые остается высоким независимо от макроэкономического цикла, стали основным драйвером продаж. Доля продовольственных товаров в розничных продажах увеличилась до 30,4% по сравнению с 27,2% в 4 квартале 2024 года. Этому росту способствовали расширение ассортимента и успешный ввод новых трендовых продуктов питания, которые пользуются большим спросом у покупателей
- Доля непродовольственных товаров в розничных продажах снизилась до 45,9% по сравнению с 49,0% в 4 квартале 2024 года
- Доля товаров личной гигиены, бытовой химии и косметики в 4 квартале 2025 года практически не изменилась и составила 23,7% (23,8% в 4 квартале 2024 года)
- Доля импорта в розничных продажах практически не изменилась по сравнению с 4 кварталом 2024 года и составила 27,4%
- Доля товаров стоимостью выше 100 рублей в розничных продажах выросла до 73,4% в 4 квартале 2025 года по сравнению с 65,5% в 4 квартале 2024 года. Доля товаров стоимостью выше 200 рублей в розничных продажах увеличилась до 22,0% по сравнению с 18,8% в 4 квартале 2024 года. В рамках последовательной работы над изменением ценовой матрицы Компания продолжила тестировать новые категории товаров стоимостью 449 и 499 рублей, сохраняя осторожный и взвешенный подход к вводу более высоких ценовых категорий
- Средний чек по всем магазинам под управлением Компании вырос на 3,6% г/г и составил 388 рублей

## Развитие программы лояльности

- Программа лояльности оставалась ключевым элементом стратегии по повышению вовлеченности покупателей в 4 квартале 2025 года. На 31 декабря 2025 года количество зарегистрированных участников программы лояльности достигло 32,9 млн человек, увеличившись на 14,5% г/г
- В отчетном квартале к программе присоединились более 1 миллиона человек. Доля активных держателей карт лояльности <sup>6</sup> среди участников программы составила 43,7%<sup>7</sup>
- В 4 квартале 2025 года доля покупок с картой лояльности увеличилась до 73,9% по сравнению с 60,9% за аналогичный период годом ранее, что обусловлено новыми специальными предложениями

<sup>6</sup> Участники программы лояльности, совершающие хотя бы одну покупку в месяц

<sup>7</sup> Изменение методики расчета: со 2 квартала 2024 года в общем количестве зарегистрированных участников программы учитываются держатели виртуальных карт лояльности

для участников программы лояльности и таргетированными рекламными кампаниями

- Средний чек по покупкам, совершенным с картой лояльности, составил 507 рублей, что почти вдвое выше среднего чека покупателей, не использующих карту (259 рублей)

## ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 4 КВАРТАЛ И 12 МЕСЯЦЕВ 2025 ГОДА

### Ключевые показатели отчета о совокупном доходе

млн руб.	4КВ 2025	4КВ 2024	Изменение	12М 2025	12М 2024	Изменение
<b>Выручка</b>	<b>85 546</b>	<b>83 413</b>	<b>2,6%</b>	<b>313 330</b>	<b>300 311</b>	<b>4,3%</b>
Розничная выручка	75 923	72 219	5,1%	275 717	254 903	8,2%
Оптовая выручка	9 623	11 194	(14,0)%	37 613	45 408	(17,2)%
Себестоимость продаж	(57 785)	(56 234)	2,8%	(213 911)	(205 515)	4,1%
<b>Валовая прибыль</b>	<b>27 761</b>	<b>27 179</b>	<b>2,1%</b>	<b>99 419</b>	<b>94 796</b>	<b>4,9%</b>
Валовая маржа, %	32,5%	32,6%	(13) б.п.	31,7%	31,6%	16 б.п.
SG&A (без LTIP и D&A)	(15 499)	(11 747)	31,9%	(61 199)	(49 261)	24,2%
Прочие оп. доходы и доходы от участия в др. орг-х	204	154	32,5%	695	593	17,2%
<b>Скорр. EBITDA<sup>8</sup></b>	<b>12 466</b>	<b>15 586</b>	<b>(20,0)%</b>	<b>38 915</b>	<b>46 128</b>	<b>(15,6)%</b>
Рентабельность по скорр. EBITDA, %	14,6%	18,7%	(411) б.п.	12,4%	15,4%	(294) б.п.
<b>EBITDA</b>	<b>12 452</b>	<b>15 885</b>	<b>(21,6)%</b>	<b>38 818</b>	<b>45 924</b>	<b>(15,5)%</b>
Рентабельность по EBITDA, %	14,6%	19,0%	(449) б.п.	12,4%	15,3%	(290) б.п.
D&A	(4 922)	(4 315)	14,1%	(18 811)	(16 494)	14,0%
<b>Операционная прибыль</b>	<b>7 530</b>	<b>11 570</b>	<b>(34,9)%</b>	<b>20 007</b>	<b>29 430</b>	<b>(32,0)%</b>
Операционная маржа, %	8,8%	13,9%	(507) б.п.	6,4%	9,8%	(341) б.п.
Чистые финансовые расходы	(1 373)	(786)	74,7%	(5 411)	(1 231)	339,6%
Доход / (Убыток) от курсовых разниц, нетто	258	(161)	н/п	685	(1 099)	н/п
<b>Прибыль до налогообложения</b>	<b>6 415</b>	<b>10 623</b>	<b>(39,6)%</b>	<b>15 281</b>	<b>27 100</b>	<b>(43,6)%</b>
Расход по налогу на прибыль	(1 648)	(2 195)	(24,9)%	(4 105)	(5 703)	(28,0)%
<b>Прибыль за период</b>	<b>4 767</b>	<b>8 428</b>	<b>(43,4)%</b>	<b>11 176</b>	<b>21 397</b>	<b>(47,8)%</b>
Рентабельность по чистой прибыли, %	5,6%	10,1%	(453) б.п.	3,6%	7,1%	(356) б.п.

### Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы<sup>9</sup>

млн руб.	4КВ 2025	4КВ 2024	Изменение	12М 2025	12М 2024	Изменение
Расходы на персонал (без LTIP)	12 306	8 546	44,0%	49 361	37 842	30,4%
% от выручки	14,4%	10,2%	414 б.п.	15,8%	12,6%	315 б.п.
Банковские комиссии	619	581	6,5%	2 262	2 652	(14,7)%
% от выручки	0,7%	0,7%	3 б.п.	0,7%	0,9%	(16) б.п.
Расходы на аренду	534	612	(12,7)%	1 745	1 858	(6,1)%

<sup>8</sup> Показатель EBITDA, скорректированный на расходы на LTIP

<sup>9</sup> Из-за округления общая сумма может незначительно отличаться от суммы компонентов

млн руб.	4КВ 2025	4КВ 2024	Изменение	12М 2025	12М 2024	Изменение
% от выручки	0,6%	0,7%	(11) б.п.	0,6%	0,6%	(6) б.п.
Расходы на охрану	288	452	(36,3)%	1 353	1 920	(29,5)%
% от выручки	0,3%	0,5%	(21) б.п.	0,4%	0,6%	(21) б.п.
Расходы на рекламу	320	229	39,7%	942	966	(2,5)%
% от выручки	0,4%	0,3%	10 б.п.	0,3%	0,3%	(2) б.п.
Ремонт и техобслуживание	378	318	18,9%	1 409	1 092	29,0%
% от выручки	0,4%	0,4%	6 б.п.	0,4%	0,4%	9 б.п.
Коммунальные услуги	339	267	27,0%	1 105	924	19,6%
% от выручки	0,4%	0,3%	8 б.п.	0,4%	0,3%	4 б.п.
Прочие расходы	715	742	(3,6)%	3 022	2 007	50,6%
% от выручки	0,8%	0,9%	(5) б.п.	1,0%	0,7%	30 б.п.
<b>SG&amp;A (без LTIP и D&amp;A)</b>	<b>15 499</b>	<b>11 747</b>	<b>31,9%</b>	<b>61 199</b>	<b>49 261</b>	<b>24,2%</b>
<b>% от выручки</b>	<b>18,1%</b>	<b>14,1%</b>	<b>403 б.п.</b>	<b>19,5%</b>	<b>16,4%</b>	<b>313 б.п.</b>
Расходы на LTIP	14	(299)	н/п	97	204	(52,5)%
% от выручки	0,0%	(0,4)%	н/п	0,0%	0,1%	(4) б.п.
Амортизация активов в форме права пользования	3 384	2 955	14,5%	12 828	11 220	14,3%
% от выручки	4,0%	3,5%	41 б.п.	4,1%	3,7%	36 б.п.
Прочая амортизация	1 538	1 360	13,1%	5 983	5 274	13,4%
% от выручки	1,8%	1,6%	17 б.п.	1,9%	1,8%	15 б.п.
<b>Итого SG&amp;A</b>	<b>20 435</b>	<b>15 763</b>	<b>29,6%</b>	<b>80 107</b>	<b>65 959</b>	<b>21,4%</b>
<b>% от выручки</b>	<b>23,9%</b>	<b>18,9%</b>	<b>499 б.п.</b>	<b>25,6%</b>	<b>22,0%</b>	<b>360 б.п.</b>

**Выручка** Группы в 4 квартале 2025 года выросла на 2,6% г/г до 85,5 млрд рублей на фоне роста розничной выручки на 5,1%.

**Розничная выручка** составила 75,9 млрд рублей, что в основном обусловлено открытием новых магазинов. **Оптовая выручка** составила 9,6 млрд рублей, при этом доля оптовой выручки в общей выручке Компании снизилась до 11,2% по сравнению с 13,4% в 4 квартале 2024 года.

**Валовая прибыль** выросла на 2,1% до 27,8 млрд рублей. **Валовая маржа** снизилась на 13 б.п. г/г и составила 32,5%. Положительное воздействие, связанное с обновлением ассортимента, было нивелировано незначительным повышением транспортных расходов и величины списания запасов.

Доля **транспортных расходов** в выручке увеличилась на 7 б.п. г/г до 1,8% на фоне роста тарифов.

Величина **списания запасов** в 4 квартале 2025 года увеличилась на 111 б.п. г/г и составила 1,6% от выручки.

В отчетном квартале отношение **коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (SG&A) без учета расходов на LTIP и D&A** к выручке увеличилось на 403 б.п. г/г до 18,1%, в основном за счет увеличения доли расходов на персонал, рекламу, коммунальные услуги, что было частично нивелировано сокращением доли расходов на охрану и аренду.

Доля **расходов на персонал (без учета расходов на LTIP)** в выручке увеличилась на 414 б.п. г/г до 14,4% на фоне индексации заработных плат в условиях сохраняющейся напряженности на рынке труда.

**Начисления по расходам на LTIP** составили 14 млн рублей в 4 квартале 2025 года.

Доля **расходов на износ и амортизацию (D&A)** в 4 квартале 2025 года увеличилась на 58 б.п. г/г до 5,8% от выручки, что в основном было обусловлено расширением сети. Доля **амортизации активов в форме права пользования** выросла на 41 б.п. г/г до 4,0% от выручки. Доля **прочих расходов на износ и амортизацию** увеличилась на 17 б.п. г/г до 1,8% от выручки.

Доля **расходов на аренду (в соответствии с МСФО (IFRS) 16)** снизилась на 11 б.п. г/г до 0,6% от выручки (на 14 б.п. г/г до 0,7% от розничной выручки) благодаря снижению влияния переменного компонента в структуре расходов на аренду.

Доля **расходов на аренду (в соответствии с МСФО (IAS) 17)** увеличилась на 62 б.п. г/г до 5,4% от выручки (на 57 б.п. г/г до 6,1% от розничной выручки).

**Расходы на охрану** снизились на 21 б.п. г/г до 0,3% от выручки благодаря последовательным усилиям Компании по оптимизации затрат.

Доли **расходов на ремонт и техобслуживание** и **расходов на банковские комиссии** не изменились и составили 0,4% и 0,7% от выручки соответственно.

Доли **расходов на рекламу и коммунальные услуги** составили 0,4% от выручки, а доля **прочих расходов** – 0,8% от выручки.

В 4 квартале 2025 года доля **общих SG&A расходов** в выручке выросла на 499 б.п. г/г до 23,9%. Такая динамика была обусловлена прежде всего ростом доли расходов на персонал без учета LTIP (+414 б.п.) и расходов на износ и амортизацию (+58 б.п.) и частично нивелирована снижением доли расходов на охрану, аренду и прочих расходов как процента от выручки.

Доля **прочих операционных доходов и доходов от участия в других организациях** в 4 квартале 2025 года практически не изменилась по сравнению с предыдущим годом и составила 0,2% от выручки.

## Сведения ЕБИТДА МСФО (IFRS) 16 и МСФО (IAS) 17

млн руб.	4КВ 2025	4КВ 2024	Изменение	12М 2025	12М 2024	Изменение
<b>ЕБИТДА (МСФО (IFRS) 16)</b>	<b>12 452</b>	<b>15 885</b>	<b>(21,6)%</b>	<b>38 818</b>	<b>45 924</b>	<b>(15,5)%</b>
<i>Рентабельность по ЕБИТДА (МСФО (IFRS) 16), %</i>	14,6%	19,0%	(449) б.п.	12,4%	15,3%	(290) б.п.
Расходы на LTIP	14	(299)	н/п	97	204	(52,5)%
<b>Скорр. ЕБИТДА (МСФО (IFRS) 16)</b>	<b>12 466</b>	<b>15 586</b>	<b>(20,0)%</b>	<b>38 915</b>	<b>46 128</b>	<b>(15,6)%</b>
<i>Рентабельность по скорр. ЕБИТДА (МСФО (IFRS) 16), %</i>	14,6%	18,7%	(411) б.п.	12,4%	15,4%	(294) б.п.
Расходы на аренду	(4 090)	(3 376)	21,1%	(15 292)	(12 641)	21,0%
Коммунальные услуги	(81)	(63)	28,6%	(297)	(235)	26,4%
<b>Скорр. ЕБИТДА (МСФО (IAS) 17)</b>	<b>8 295</b>	<b>12 147</b>	<b>(31,7)%</b>	<b>23 326</b>	<b>33 252</b>	<b>(29,9)%</b>
<i>Рентабельность по скорр. ЕБИТДА (МСФО (IAS) 17), %</i>	9,7%	14,6%	(487) б.п.	7,4%	11,1%	(363) б.п.
Расходы на LTIP	(14)	299	н/п	(97)	(204)	(52,5)%
<b>ЕБИТДА (МСФО (IAS) 17)</b>	<b>8 281</b>	<b>12 446</b>	<b>(33,5)%</b>	<b>23 229</b>	<b>33 048</b>	<b>(29,7)%</b>
<i>Рентабельность по ЕБИТДА (МСФО (IAS) 17), %</i>	9,7%	14,9%	(524) б.п.	7,4%	11,0%	(359) б.п.

В отчетном периоде **скорр. ЕБИТДА по МСФО (IFRS) 16** составила 12,5 млрд рублей, а рентабельность **по скорр. ЕБИТДА** была на уровне 14,6%, что в основном обусловлено динамикой SG&A расходов.

ЕБИТДА по МСФО (IFRS) 16 составила 12,5 млрд рублей. Рентабельность по ЕБИТДА составила 14,6%.

**Скорр. ЕБИТДА по МСФО (IAS) 17** составила 8,3 млрд рублей, а рентабельность по скорр. ЕБИТДА по МСФО (IAS) 17 – 9,7%.

**Чистые финансовые расходы** составили 1 373 млн рублей в 4 квартале 2025 года по сравнению с 786 млн рублей в 4 квартале 2024 года. Такая динамика в основном связана со снижением процентных доходов по вкладам Группы и ростом расходов по арендным обязательствам, что было частично компенсировано снижением расходов по кредитам и займам.

В 4 квартале 2025 года Группа зафиксировала **доход от курсовых разниц** в размере 258 млн рублей по сравнению с убытком в размере 161 млн рублей в 4 квартале 2024 года на фоне укрепления рубля и связанного с этим дохода от переоценки торговой кредиторской задолженности Группы, деноминированной в юанях, что было частично нивелировано убытком от переоценки форвардных контрактов и остатков на банковских счетах Группы в иностранных валютах.

**Расходы Компании по налогу на прибыль** сократились на 24,9% г/г до 1,6 млрд рублей в 4 квартале 2025 года, что обусловлено сокращением налоговой базы по сравнению с аналогичным периодом годом ранее. Такая динамика была частично нивелирована повышением ставки налога на прибыль.

В отчетном периоде Компания зафиксировала **прибыль** в размере 4,8 млрд рублей и **рентабельность по чистой прибыли** в размере 5,6%.

## Ключевые показатели отчета о финансовом положении

млн руб.	31.12.2025	31.12.2024
Краткосрочные кредиты и займы	9 131	15 056
Долгосрочные кредиты и займы	3 436	3 232
Краткосрочные обязательства по аренде	11 730	8 900
Долгосрочные обязательства по аренде	11 829	4 700
Денежные средства и их эквиваленты	(9 505)	(6 486)
<b>Чистый долг</b>	<b>26 621</b>	<b>25 402</b>
<b>Чистый долг к EBITDA<sup>10</sup> по МСФО (IFRS) 16</b>	<b>0,7x</b>	<b>0,6x</b>
Краткосрочные обязательства по аренде	(11 730)	(8 900)
Долгосрочные обязательства по аренде	(11 829)	(4 700)
<b>Чистый долг по МСФО (IAS) 17</b>	<b>3 062</b>	<b>11 802</b>
<b>Чистый долг к EBITDA по МСФО (IAS) 17</b>	<b>0,1x</b>	<b>0,4x</b>

Краткосрочные кредиты и займы с начала года сократились на 5,9 млрд рублей до 9,1 млрд рублей. Такая тенденция отражает стратегию Компании по снижению долговой нагрузки в условиях высоких процентных ставок. Долгосрочные кредиты и займы практически не изменились по сравнению с началом года и составили 3,4 млрд рублей (3,2 млрд рублей на 31 декабря 2024 года). В результате **общая сумма кредитов и займов** снизилась до 12,6 млрд рублей по сравнению с 18,3 млрд рублей на начало года. **Обязательства по аренде** увеличились до 23,6 млрд рублей по сравнению с 13,6 млрд рублей на начало 2025 года, что связано со стремлением Компании заключать договоры аренды на более продолжительный срок, в том числе чаще прописывать в договорах обязательства по их продлению (в результате чего увеличился средний срок аренды и сумма арендных обязательств), а также ростом арендных ставок и расширением сети магазинов. В результате **общая сумма кредитов, займов и арендных обязательств** Компании составила 36,1 млрд рублей, увеличившись на 13,3% по сравнению с началом года.

Чистый долг Компании в соответствии с МСФО (IAS) 17 уменьшился до 3,1 млрд рублей по сравнению с 11,8 млрд рублей на 31 декабря 2024 года. Отношение **чистого долга к EBITDA по МСФО (IAS) 17** снизилось до 0,1x по сравнению с 0,4x на 31 декабря 2024 года.

<sup>10</sup> Здесь и далее при расчете показателей отношения чистого долга / (чистых денежных средств) к EBITDA используется показатель EBITDA за предшествующие 12 месяцев

## Ключевые показатели отчета о движении денежных средств

млн руб.	4КВ 2025	4КВ 2024	12М 2025	12М 2024
Прибыль до налогообложения	6 415	10 623	15 281	27 100
Денежные средства, полученные от операционной деятельности до изменений в оборотном капитале	13 792	15 372	41 778	47 383
Изменения в оборотном капитале	973	(430)	(23)	(11 777)
<b>Чистые денежные потоки от операций</b>	<b>14 765</b>	<b>14 942</b>	<b>41 755</b>	<b>35 606</b>
Чистые уплаченные проценты	(1 276)	(805)	(5 387)	(935)
Налог на прибыль уплаченный	(722)	(1 131)	(4 687)	(5 191)
<b>Денежные средства, полученные от операционной деятельности</b>	<b>12 767</b>	<b>13 006</b>	<b>31 681</b>	<b>29 480</b>
<b>Чистые денежные потоки, использованные в инвестиционной деятельности</b>	<b>(3 038)</b>	<b>(3 946)</b>	<b>(10 020)</b>	<b>(8 181)</b>
<b>Чистые денежные потоки, использованные в финансовой деятельности</b>	<b>(2 521)</b>	<b>(32 655)</b>	<b>(18 503)</b>	<b>(45 414)</b>
Влияние изменений обменного курса на денежные средства и их эквиваленты	(5)	22	(139)	(59)
<b>Чистое увеличение / (уменьшение) денежных средств и их эквивалентов</b>	<b>7 203</b>	<b>(23 573)</b>	<b>3 019</b>	<b>(24 174)</b>

**Чистый торговый оборотный капитал** <sup>11</sup> Группы снизился до 22,6 млрд рублей (7,2% от выручки) <sup>12</sup> на 31 декабря 2025 года по сравнению с 23,3 млрд рублей (7,8% от выручки) годом ранее благодаря эффективному управлению запасами.

В 4 квартале 2025 года **капитальные затраты** составили 3,0 млрд рублей или 3,6% от выручки против 4,0 млрд рублей или 4,7% от выручки годом ранее в связи с более высокими инвестициями в строительство нового распределительного центра в Казани в 4 квартале 2024 года

<sup>11</sup> Чистый торговый оборотный капитал рассчитывается как сумма величины запасов, дебиторской задолженности и прочих финансовых активов за вычетом кредиторской задолженности и прочих финансовых обязательств

<sup>12</sup> Доля чистого оборотного капитала от выручки рассчитывается на основании выручки за предшествующие 12 месяцев

## О КОМПАНИИ

ПАО «Фикс Прайс» (МОЕХ: FIXR) – одна из крупнейших в мире и ведущая в России сеть магазинов низких фиксированных цен. Компания предлагает своим покупателям востребованную продукцию и постоянно ротирует ассортимент, включающий непродовольственные позиции, дрогери, а также продукты питания по низким фиксированным ценам.

На 31 декабря 2025 года сеть магазинов ПАО «Фикс Прайс» насчитывала 7 818 магазинов в России и других странах, в каждом из которых представлено порядка 2 000 позиций в примерно 20 товарных категориях. Ассортимент Fix Price включает товары собственных торговых марок Компании, ведущих мировых брендов и местных производителей. На 31 декабря 2025 года Компания управляла 12 распределительными центрами и работала в 81 регионе России и на территории 7 других стран.

В 2025 году выручка Компании составила 313,3 млрд руб., EBITDA – 38,8 млрд руб., чистая прибыль – 11,2 млрд руб. (в соответствии с МСФО).

---

## КОНТАКТЫ

### Отдел Fix Price по связям с инвесторами

Елена Миронова  
[investors@fix-price.ru](mailto:investors@fix-price.ru)

### Отдел Fix Price по связям со СМИ

Екатерина Макурина  
[pr@fix-price.ru](mailto:pr@fix-price.ru)